

阿里增持圆通 剑指顺丰空运

阿里买买买背后是与顺丰的进一步资源争夺。受前一日阿里以66亿元增持圆通股份影响,9月2日截至发稿,圆通全资控股子公司圆通速递(国际)股份有限公司股价大涨259.3%,市值达到29.8亿港元,股价报7.15港元/股。在业内看来,阿里对圆通一掷千金,主要是看中其拥有的航空资源,其不仅能为阿里国际外贸业务提供有效支撑,也是唯一能在航空枢纽、航线数量方面与顺丰形成抗衡的企业。

巨额输血

9月1日晚间,阿里增持圆通的传闻终于落地。在战略合作签约仪式上,阿里巴巴以66亿元增持圆通速递股份12个百分点,阿里网络与阿里创投、菜鸟供应链作为一致行动人合计持股22.5%。不过,和传闻有所出入的是,在增持后,阿里并未成为圆通的大股东,上海圆通蛟龙投资发展(集团)有限公司仍为圆通的控股股东。而圆通创始人、董事长喻渭蛟夫妇控制公司超过41%股份,为圆通速递的实际控制人。

据圆通相关负责人表示,圆通与阿里、菜鸟战略合作重点包括全球化和数字化两大领域。

意味着除了快递物流,航空货运、国际网络及供应链、数字化技术等领域双方也将紧密关联与协同。

值得关注的是,就在阿里与圆通宣布合作的当天,圆通还公布了拟非公开发行A股的公告,计划募资金额不超过45亿元,用于多功能网络枢纽中心建设、运能网络提升项目、信息系统及数据能力提升以及补充流动资金。

与此同时,据相关媒体近期爆料,中通

圆通、顺丰 空运资源一览



顺丰

货机:73架
航空线路:2004条
覆盖国家:全球国家和地区225个

圆通

货机:12架
航空线路:2000+条
覆盖国家:全球国家和地区超过150个

将在今年底于香港二次上市募资20亿美元;百世将百世店加剥离出上市体系,并寻求快递与货运业务在香港的上市时机;京东物流以总对价30亿元收购跨越速运集团有限公司的控股权益并为上市铺路。

抢夺时空

尽管中通与百世相关负责人对上市消息不予置评,但面对上半年同行频频传出的资本动作,圆通无法不产生紧迫感。无论是与韵达争夺市占率第一,还是物流基建急需的成本投入,均需要大量资本填补。

而阿里选择向圆通一掷千金,便是看中后者独有的航空资源优势。一位资深物流专家向北京商报记者表示,圆通与阿里既加深了在物流上的合作,前者还能发挥自己在航空、国际等领域的特长,形成差异化的竞争优势。

值得注意的是,圆通与顺丰是国内仅有的两家拥有自有航空公司的民营快递企业。

对此,北京商报记者对比了顺丰与圆通在航线、货机资源等的布局。据2020年两家的半年报显示,顺丰包括自营和租赁货机共73架,全货机及散航总计航空线路

2004条,国际小包业务覆盖全球225个国家和地区。而圆通拥有自有有机队数量共12架。子公司圆通国际在全球17个国家和地区拥有公司实体,在全球拥有46个自建站点,业务范围覆盖超过150个国家、超过2000条国际航线。

不仅如此,圆通与顺丰还在大型物流枢纽花下重本。圆通嘉兴机场和顺丰鄂州机场分别投入约66.1亿元与372.6亿元。顺丰预计,机场建成后,2025年货邮吞吐量将达到245万吨,旅客吞吐量100万人次。除了紧搭政策红利,两者在空运领域相互角力,更是为抢在同行前争夺空间资源,提前树立行业壁垒。

资料显示,在上半年,顺丰航空发货量总计约78.21万吨,其中全货机发货量为40.78万吨,同比增长60%。而圆通国际集团收益为22.01亿港元,同比增长22.3%。

布局出口

在一场疫情的拷问下,如何打通医疗民用物资流转的双向通道,解决仅仗客机腹仓运输的尴尬局面;如何避免再次发生航班大幅停运,运费长期处于高位的问题;如何帮助外贸商家顺利将

商品运输海外,实现营收增长……这不仅是政府相关部门、物流企业急需解决的难题,在疫情常态化管控的当下,电商企业的国际业务也渴求物流基建给予稳定、高效的支撑。

实际上,尽管当前航班已经有所恢复,但一位跨境电商的物流负责人向北京商报记者表示,目前的物流运费仍处于高位,而规模较大的电商企业恢复能力更快;在进口方面,受国际局势影响,国际出口和国内需求还不太高,因此进口跨境业务不及去年同期。

而在国际出口方面,阿里2021财年一季报财报显示,跨境及全球零售商业营收为70.12亿元,同比增长26%;跨境及全球批发商业营收为32.04亿元,同比增长43%;东南亚电商平台Lazada季度订单量同比增长超过100%;菜鸟网络的物流服务收入为77.13亿元,同比增长54%。

依靠圆通的航空货运资源,无论是对于阿里的跨境业务,还是圆通航空与资本优势的叠加,两者均能从合作中获益。在今年7月,京东向国际供应链龙头企业顺丰集团战略投资1亿美元,前者既能共享顺丰集团全球供应链网络,还可以借助顺丰集团自有品牌的打造能力,来帮助京东完善国际品牌资源储备。紧接着,一个月后,京东物流便以30亿元获得了跨越速运的航空物流资源。一位快递业内人士认为,跨越速运虽然拥有航空物流积累,然而存在缺乏自营飞机的短板。

电商的触手伸向何方,物流的仓网便随之将至,两者从始至终为唇齿相依的关系。一位接近菜鸟的人士告诉北京商报记者,目前菜鸟十分看好跨境出口,上半年整体业绩超出了集团的预期。

北京商报记者 赵述评 何倩



2020年服贸会 个人预约方式出炉

北京商报讯(记者 赵述评 刘卓澜)9月5日-9日,2020年中国国际服务贸易交易会国家会议中心室内展馆及周边室外展馆将面向社会公众开放,9月2日起个人可预约观展。

个人预约按照“先约先得、额满即止”的原则,预约的个人用户需已注册北京健康宝并确保健康状况为“绿码”,如健康宝状态异常则无法进行预约。

具体预约方式为分时、分区的提前预约,预约成功后即可入场参观,各展馆、展区“一码通行”。可预约的观展时段为9月5日-9日每日9:00-13:00和13:00-17:00,整体展区分为南区、中区和北区三个区域,提交预约信息时须选择一个区域作为观展入口。

个人预约参观须提前两天在线进行预约。可登录服贸会官网(<https://www.ciftis.org>)首页点击“社会公众观展预约”或在各大应用商店下载“服贸会”官方App,依照操作步骤进行预约,预约成功后会收到短信通知,并可通过官方App查看参观二维码。

预约成功后,登录服贸会官方App,凭预约成功二维码,在预约时段内从预约入口刷码入场。预约时选择服贸会南区入口的观众可从1号入口、3号入口、5A号入口、6A号入口、7号入口刷码入场;预约时选择服贸会中区入口的观众可从8号入口、9号入口、12号入口、13号入口、17号出入口、18号出入口刷码入场;预约时选择服贸会北区入口的观众可从10号入口、11号入口刷码入场。

每位成年人最多可携3名身高不超1.4米的未成年入场。

个人观众进入展区后可通过南区、中区、北区间的连廊通道参观所有展区、展馆(会议区除外),若个人观众在预约时段内离开服贸会会场,须从预约的区域入口重新刷码入场,在预约时段内可多次进出会场,超出预约时间后将无法再进入会场。

广告

数据

DIAITIA

打开数据之门

寻找辅助产业钥匙 构建赋能行业平台

订阅方式

全年订阅特惠价 **240元/年**

订阅全年赠送全年数字版

零售价: 22元/期 55港币/期(港币)
数字版: 88元/年

银行汇款

开户银行: 华夏银行北京东单支行

开户名称: 北京经联互动科技有限责任公司

银行账号: 10257000000739923

邮局订阅

国内邮发代号 2-558

订阅热线

010-64101980

扫码订阅

